

我想要 制定一个清晰的计划 关于如何 发展创意



商业模式图

参与水平

来源于

Osterwalder A., Pigneur Y (2010) 《商业模式新生代》



理想条件下，更复杂的工具应该花费数日完成。根据输入/输出的战略性质，上层、同级之间需要协商，一审过后，能加以修改效果更佳。

这是什么 以及我为什么 需要它?

商业模式图对你所从事（或者想要从事）的工作以及你的工作方式加以阐述概括；通过制定倡导的关键活动和挑战及其相互关系，促成管理和战略的结构性对话。这一可视形式最先由Osterwalder和Pigneur提出，用于现存和新兴组织、企业。现存计划能够开发新倡议和认定机遇，与此同时通过诠释潜在权衡和关联活动提高效率。新计划能够使用这一工具规划和思考如何实现他们的承诺。

每一个单元能够在单个活动或资源内激发思路的同时通过宏观审视来获得新视角用以整合各个单元。这一结构也帮助加强小组讨论的针对性，形成合力。

? 如何使用

制作一份商业模式图，最简单的方式就是从填写你所做的工作开始。在填写其它构件的同时，这会帮助你关注主要目标。由此，你能够推进目标，并通过添加其它活动细节及所持资源来实现这一目标。

从一份空白表开始，标注每一构件的关键词。如果在填写构件时使用“便签”，你就能移动创意位置。选择配色方案标记特定客户。

然而，注意不要沉迷于最初想法，要探索同种产品、服务或技术的其它商业模式。

你可以练习并学习新的行为方式，通过制定你欣赏或遇到的全新的或者革新的商业模式。



我想要制定一个清晰的计划
关于如何发展创意

<p>谁会帮助你? 关键伙伴</p> <p>谁是你的重要伙伴、供应者? 最关键的合作动力是什么?</p>	<p>你将怎样进行工作? 关键活动</p> <p>价值提议所需要的主要活动是哪些? 哪些活动对于销售渠道、客户关系以及收益流等来讲最为至关重要?</p>	<p>你将做些什么? 价值提议</p> <p>你向客户所传递的是怎样的核心价值? 你能够满足客户的哪些需求?</p>	<p>你会怎样交流互动? 客户关系</p> <p>目标群体希望建立何种关系? 你将如何将这种关系与商业成本和商业形式相互结合?</p>	<p>你将帮助谁? 客户群</p> <p>你在为哪个阶层创造价值? 谁是你最重要的客户?</p>
<p>它的成本是什么? 成本结构</p> <p>什么是工作中最大的成本? 哪些主要资源或活动是最为昂贵的?</p>	<p>你需要什么? 关键资源</p> <p>价值提议所需要的主要资源是什么?</p>	<p>你将怎样接近他们? 销售渠道</p> <p>客户希望从哪些渠道获取联系? 哪种渠道最佳? 它的成本是多少? 它们怎样才能成为你与客户的常规性程序?</p>	<p>你将获得多少收益? 收益流</p> <p>客户愿意为何种价值而支付? 他们近期支付了哪些东西, 同时, 他们又是怎样支付的? 他们喜欢怎样进行支付? 每一笔收益流能够对总收益带来多大的贡献?</p>	